

9. Основы законодательства Российской Федерации о культуре. (утв. ВС РФ 09.10.1992 №3612-1) (ред. от 29.12.2006).
10. Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных с иностранными государствами. Вып. XXIII. М., 1976.
11. Свод нормативных актов ЮНЕСКО. М., 1991.
12. Санкт-Петербург. Объекты культурного наследия федерального и регионального значения. Справочник. СПб., 2005.
13. Федеральный закон от 25.06.2002 №73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 08.11.2007)
14. Фрейд З. Воспоминания Леонардо да Винчи о раннем детстве. СПб., 2007.
15. Шпенглер О. Закат Европы. М., 2006.

Е.Б. Карбасова

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА В ПРОСТРАНСТВЕ МУЗЕЯ

Музей и музейное пространство всегда являлись показателем, «зеркалом» современной культуры. Те изменения, которые произошли в музейном пространстве во второй половине XX и начале XXI века являются естественным отражением социокультурных изменений в обществе.

Специфика музея заключается в сборе, трансляции и экспонировании подлинных предметов, наделенных онтологической, гносеологической и аксиологической значимостью. Музей, выступая авторитетной инстанцией по отбору предметов, имеет неограниченную власть над будущей и настоящей культурой. Формируя культурное наследие, музей берет на себя обязанность по формированию идентичности человека. Делая отбор предметов для сохранения, ставя приоритеты на ту или иную деятельность человека, музей неизбежно вычеркивает некоторые аспекты человеческой практики, которые, возможно, окажутся наиболее значимыми для понимания культуры. Если говорить о культуре XX и XXI века, то еще не всегда возможно выделить те основные отправные точки, которые, впоследствии, смогут послужить картой для ее понимания. Музей создает историю, но объективных оснований для помещения или не помещения того или иного предмета в свое пространство он не имеет.

Современные музеи выходят из сложившейся ситуации двумя способами: либо пытаются собрать в коллекцию, как можно больше предметов, либо осуществляют жесткий отбор, ограничиваясь произведениями художественной культуры, основываясь на мнении современных критиков. В первом случае, экспозиции в музеях часто напоминают иллюстрацию к «Сто лет одиночества» Габриэля Гарсия Маркеса, в ситуации, когда жители Макондо

лишились памяти. Музейные работники также делают подписи к предметам, не учитывая, что значения слов уже не понятны посетителям, и что со временем подписи под экспонатами надо менять. Но если жители Макондо, борясь с забывчивостью, пытались приписать предметам их функциональность, с позиции ее каждодневного использования – «табличка, повешенная ими на шею корове: 'Это корова, ее нужно доить каждое утро, чтобы получить молоко, а молоко надо кипятить, чтобы смешать с кофе и получить кофе с молоком'», – то российские музеи еще далеки от этого. Чаще всего экспонаты либо не имеют подписей, либо эти подписи абсолютно не соответствуют их содержанию. Эта проблема возникает не только в пространстве большого классического музея, которому, возможно, не хватает научных работников, способных точно объяснить роль того или иного предмета в культуре, но и в небольших музеях, посвященных какому бы то не было явлению или предмету. В качестве примера можно привести Музей хлеба, где есть четкая специфика отбора экспонатов. и в связи с тем, что все, что находится в данном музейном пространстве, соотносится с одним предметом – можно было бы предположить, что этикетаж и подбор экспонатов должен быть выработан. Но в том же музейном пространстве можно найти 1000 рублевую купюру 1947 года, которую очень трудно соотнести с экспозицией музея, а подписи под предметами не дают никакого представления о том, как использовались или используются данные вещи и их соотношении с хлебом. Проблема музеев, посвященных одному предмету, также видится в том, что без определенного культурно-исторического контекста, значение самого предмета трудно определить.

Музей превращается в гипертекстуальное пространство, но в отличие от его on-line воплощений, перейти к заинтересовавшей теме, предмету довольно трудно, а в некоторых ситуациях невозможно. Минимальная информация, которой снабжаются экспонаты, имеет смысл, когда у человека есть возможность получить в том же пространстве максимально полную информацию по заинтересовавшей его теме, тем самым, не перегружая выставочное пространство «лишней» информацией, но и давая человеку выбор, что он, действительно, хочет знать. Сейчас же выставки в музеях чаще напоминают склад вещей, без определенной логической последовательности, тем самым, они становятся, практически бесполезны в формировании памяти человека и не способствуют расширению его кругозора.

Формирование нового типа сознания определяет не только само экспонирование предмета, но также и способ подачи. Основная аудитория, на которую рассчитывают большая часть музеев – это дети. Современные методики работы с детьми дошкольного и младшего школьного возраста оперируют к их воображению, и современная музейная практика стремится сделать поход в музей, прежде всего интересным. Интерес в музее должен иметь четкое направление на развитие и формирование памяти, запоминания знаний, приобщения ребенка к культурно-исторической сфере, конституирования самоидентификации.

При формировании памяти ребенка необходимо учитывать, что «одним из основных проявлений памяти является воспроизведение представлений» [Энциклопедический словарь. Ред. Б.А. Введенский. М., 1954. С.595], а представления, в свою очередь, могут создаваться различными способами. Одним из основных, является воздействие на воображение ребенка. В музеях, в последнее время, принято проводить игровые мероприятия, которые заставляют ребенка включиться в пространство музея, тем самым разрушить то «стекло», которое ранее было между человеком и объектом познания. Примером может послужить фестиваль детских музейных программ, проводящийся уже четвертый год в Санкт-Петербурге. В него входит посещение различных музеев, в каждом из которых ребенка ждет особый маршрут: для него составляется карта, в зависимости от возраста, и даются задания, на которые он должен ответить. Превращение посещения музея в игру способствует привлечению внимания ребенка к культурной практике посещения музеев. Хотя мероприятия, проводимые музеем, имеют четко выраженный популяризационный характер, но в них можно выделить те черты, которые способствуют адаптации музейного пространства современной культуре. Оптика сознания, в последние десятилетия сильно изменилась, не без влияния техники. Необходимость воспринимать всю функциональность предмета стала обыденной практикой человека, и, попадая в музейное пространство, человек также стремится использовать свои прагматические навыки. Человеку, а особенно ребенку, необходимо получить образ предмета целиком, одного визуального общения с ним оказывается недостаточно. Развлекательный характер — это только одна из составляющих современной практики работы с посетителями, в тех же детских программах четко прослеживается селекция показываемого. В последних «детских днях» ребенку предлагали найти предмет, который характеризует музей и получить максимум информации о нем. (так в музее Ахматовой это было зеркало, в музее-квартире Кирова — холодильник). Естественный положительный результат — это концентрация внимания, и, следовательно, формирование наглядного образа. Но вариант такой «выборки» лишает индивидуала права выбора, и является, довольно часто, субъективным мнением хранителя/руководителя музея, а также не всегда отражает интерес детей. К примеру, музей-квартира Кирова гордится холодильником General Electric, до сих пор пребывающем в идеальном состоянии, но в фонде музея есть также вещи, имеющие отношения к пионерам, и логичнее предположить, что детям было бы интереснее узнать о детях начала — середины XX века. Нужно отметить, что в том же музее постоянно проводятся игровые мероприятия, направленные на изучения истории Советского времени. Детям предлагается добыть продукты по «талончикам», прочитать клятвы скаутов и пионеров — подобные практики способствует выживанию музеев такого типа. Такая ситуация характерна не только для России, к примеру, в Америке практически каждый музей включает особую программу для детей, в основе которой также лежит игровой элемент.

Проблема принудительного выбора обнаруживает себя не только в экспонировании определенных предметов и составлении специальных программ для детей, но также в экскурсионных практиках. Экскурсовод водит группу по определенному маршруту, рассказывая о наиболее интересных, на его взгляд, предметах, что также формирует определенную картину мира. В музеях современного искусства (Museum of Modern Art (MoMa) Нью-Йорк, Museum of Contemporary Art «Kiasma» (Хельсинки) каждому посетителю предлагается воспользоваться аудиогидом, где по каждому произведению дается исчерпывающее описание и соответственно каждый человек может планировать свой маршрут, основываясь на собственных предпочтениях. Нужно заметить, что подобная схема очень выгодна для художественных музеев, и совершенно не применима к музеям-квартирам.

Современная культура не позволяет человеку освободиться от различных средств (в том числе и технических), конструирующих его реальность, что позволяет говорить о том, что «человек переходит от пользования своей памятью как естественной силой к господству над ней» [Выготский Л.С., Лурия А.Р. Этюды по истории поведения. М., 1960. С.93]. Музейное пространство накладывает на человека особую модель поведения, и заставляет человека заполнять память образами предметов, не всегда имеющие отражения в его жизненной практике, и воспринятые без необходимой полноты контекста. Развлекательные функции современного музея, без смысловой нагрузки (информативной, адаптированной экспозиции) и возможности выбора посетителем своего собственного маршрута и способа познания, не восполняют тот пробел в передаче знаний, который очевиден на данный момент.

М.Н. Могилевич

ОНТОС ЭКСПОНАТА

Неспособная задача — опознать в вещи экспонат. Пожалуй, куда сложнее, чем кажется на первый взгляд. Да и в чем, собственно, отличительные черты экспоната? Если мы ведем разговор о произведении искусства, можно обратиться за помощью к критериям мастерства или эстетическому удовольствию от объекта. Музейный же экспонат мы обыкновенно отличаем лишь по его нахождению в музейной экспозиции.

Действительно, наиболее простой и очевидный способ определения и опознания «экспоната» — определение через пространство, которому он принадлежит, через пространство экспозиции, которое, в свою очередь, определить как коммуникативное пространство музея, и перейти к иным вопросам. Нам же представляется, что вопрос об экспонате напрасно представляют второстепенным и зависимым. Этот термин, помимо прочего, можно применить также и к объектам, располагающимся вне музейного пространства. Возможен, например, «экспонат домашней коллекции», и в